

## 第一章

# 走进餐饮殿堂



## 引导案例

### 营造温馨体贴的餐饮环境

王先生是我国南方城市一家饭店的餐厅经理，他在检查客人的投诉意见时发现了如下的一段话。

“自助餐餐具不够，海鲜和肉类供应不足，烤肉串和有些食品的加工时间太长，让人等得不耐烦。鸳鸯火锅的调料不齐全，不太够味儿。烧烤的锅子不干净，容易粘锅。服务生的清理速度太慢，餐桌缺少饰物。”

这家饭店的餐厅最近刚开展自助餐业务，试营业已有一周，效果不太理想。针对出现的问题和客人的意见，王经理召集所有员工讨论，强调了餐前准备的重要性。他们针对餐具的质量和数量、菜肴与食品的供应和加工、水果与酒水的品种、餐饮的供应时间、摆台与撤台、餐桌装饰和餐厅环境布置等方面的服务作了改进。在此期间，王经理每天都细致地观察餐厅的营业情况，询问和了解宾客的需求与反映。经过大家的努力，餐厅的面貌改变了，生意越来越红火，得到的表扬也越来越多。

(资料来源:佚名. 餐饮案例 [OL]. 迈点网, <http://papers.meadin.com/document/detail/2013-03/15/3db4-41a1-9f65-b7aca9cde389>.)

#### 辩证性思考

餐厅服务是多种要素共同作用的结果，就你所理解的餐厅服务直观地谈谈餐厅服务最基本的要素包括哪些？从服务员的角度出发，具体的操作环节有哪些？你能为新进的餐厅服务人员分享经验并强调应特别注意的事项吗？

餐厅服务是全面而又集中展示餐饮文化的有效方式。环境的布置与餐厅的摆台，台面上相应的餐具等元素无不明显地折射出餐厅的服务理念。任何餐厅的物质条件、气氛、卫生、安全，餐厅的环境、温度、音乐背景，餐桌的布置，服务员的气质、服饰、礼貌、技巧等综合因素，构成了这种文化的氛围，显示了餐前准备程序的重要性。因此，餐前准备的过程，也是一个不断完善餐饮文化、彰显精细化服务和体现餐厅文明程度的过程。在这个过程中熟练的服务技能既是不可或缺的要件，又是餐厅服务锦上添花的重要渠道。

## 实训项目一 形形色色的餐厅

### 实训目标：

- (1) 了解餐厅的分类依据以及常见的餐厅。
- (2) 掌握不同餐厅的服务特点。
- (3) 熟悉餐厅的服务质量及其控制。

## 工作任务1 认识餐厅

餐厅是通过提供服务、菜品和饮料来满足顾客饮食需求的场所。餐饮市场上对餐厅的称谓各异,但集中于“餐”与“饮”的单体或综合体,如餐厅、餐馆、酒楼等。虽然规模有大小、经营范围有区别,但都具备下列三项条件:一是相对固定的场所,即具有一定的接待能力的餐厅和设施;二是提供食品、饮料和服务,食品饮料是基础,而餐饮服务是保证;三是以盈利为目的,餐厅是各类餐饮企业的利润核心之所在。在我国,餐厅按照不同的参照标准大致可做如下分类。

### (一) 按服务方式分类

#### 1. 餐桌服务型餐厅

餐桌服务型餐厅是指有服务员引领客人入座并提供点菜,送餐上桌服务的餐厅,这类餐厅在餐饮业中所占数量最大,常称为酒楼、酒家、饭庄、饭馆、小吃部等。其特点是经营品种丰富、菜品风味突出、服务较全面,以中低档次为主。这类餐厅可以是中式的,也可以是西式的。

#### 2. 外带服务式餐厅

这种餐厅主要提供外带服务,即厨师将菜制作以后,不是装盘上给客人,而是将菜品用餐盒包装好,由客人带至餐厅以外的地方去吃。

#### 3. 自助餐厅

这是一种方便餐厅,主要是方便希望迅速、简单就餐的客人。它的特点是客人可以自我服务,如菜肴不用服务员传递和分配,饮料也是自斟自饮。自助餐厅的主要特征如下。

- (1) 由客人自己将食物端至桌前,而不是由服务员服务。
- (2) 大多数食品、饮料均在餐台上陈列,由客人自取。
- (3) 用餐后,客人将托盘等餐具放在指定位置。
- (4) 有时连最后的加工都是由客人自己完成的,如火锅,烧烤等。
- (5) 付款形式灵活,一般都在用餐前付款或选择网络在线支付等。

#### 4. 柜台服务式餐厅

在这种餐厅里,客人坐在柜台旁,可边聊天边欣赏厨师的厨艺。菜是由服务员或厨师直接上给顾客。由于这种餐厅的服务速度非常快,所以也被称为“速简餐厅”,如肯德基、麦当劳等餐厅。



### 案例 1-1

#### 庞大的肯德基餐厅族群

1987年11月,肯德基第一家餐厅落户北京前门。20年后,肯德基在成都拥有了第2000家餐厅。目前,肯德基连锁店已遍布全国100个城市,北至齐齐哈尔、大庆,南至桂林、海口,东至舟山、威海,西至西安、重庆,肯德基在中国内地以每天至少1家的开

店速度快速增长，中国市场已经成为百胜集团在全球发展最快、最有潜力的市场。百胜餐饮集团是全球餐厅网络最大的餐饮集团，在全球 100 多个国家拥有超过 34000 家连锁餐厅和 85 万多名员工。其旗下包括肯德基、必胜客、塔可钟（墨西哥式食品）、艾德熊（A&W）（热狗）、Long John Silver's（LJS）五个世界著名餐饮品牌，分别在烹鸡、比萨、墨西哥风味食品及海鲜连锁餐饮领域全球领先。

（资料来源：安凡所．麦当劳 PK 肯德基 [M]．深圳：海天出版社，2008．）

## （二）按餐别分类

### 1. 中餐厅

按照中国餐饮文化及就餐环境布置的餐厅。这类餐厅通常经营传统的高、中、低档次的中餐厅和专营地方特色菜系或专卖某种菜式的专业餐厅，适应机关团体、企业接待、商务洽谈、小型社交活动、家庭团聚、亲友聚会和喜庆宴请等。这类餐厅要求空间舒适、大方、体面，富有中式文化特色，文化内涵丰富，服务亲切周到，功能齐全，装饰美观，如图 1-1 所示。

### 2. 西餐厅

西餐厅主要是满足西方人生活饮食习惯的餐厅，如图 1-2 所示。其环境按西式的风格与格调并采用西式的食谱来招待顾客，分传统西餐厅、地方特色西餐厅和综合、休闲式西餐厅。前者主要经营西方菜系，以传统的用餐方式和正餐为主的餐厅，有散点式、套餐式、自助餐式、西餐、快餐等的街头快餐。后者主要是为人们提供休闲交谈、会友和小型社交活动的场所，如咖啡厅、酒吧、茶室等。常见的西餐厅有如下几种。



图 1-1 中餐厅效果图



图 1-2 西餐厅效果图

（1）扒房。作为高级西餐厅或行政西餐厅，主要以法式大餐为主，兼容意式、德式、俄式等特色菜肴。

（2）酒吧。酒吧是为客人提供饮料、娱乐、休闲的社交场所。通常供应的饮料包括酒精饮料和非酒精饮料。

（3）咖啡厅。咖啡厅是提供简单西餐的西餐厅。在我国也加进一些中式小吃。

### (三) 按风味特色分类

#### 1. 特色餐厅

这类餐厅通常采用较单一的产品组合策略来满足不同的顾客群体或某一顾客群体的特殊需要，常见的特色餐厅有如下几种。

(1) 海鲜餐厅：经营燕窝、鱼翅、鲍鱼等海鲜。以鲜活海、河鲜产品为主要原料烹制食品的餐厅。

(2) 野味餐厅：以经营蛇、昆虫、野菜等野味为主的餐厅。

(3) 古典餐厅：以经营宫廷菜、官府菜、仿膳菜为主的餐厅。

(4) 食街：主要经营传统地方小食、点心、风味特色小菜或中、低档次的经济饭菜，适应简单、经济、方便、快捷的用餐需要，如茶餐厅、美食街、大排档、粥粉面食店等。这类餐厅要求空间简洁、运作快捷、经济方便、服务简单、干净卫生。

(5) 烧烤厅：专门供应各式烧烤的餐厅。

(6) 火锅厅：专门供应各式火锅的餐厅。

(7) 旋转餐厅：一般设在高层酒店顶楼，属于典型的观景餐厅，它一般提供中、西式自助餐。

#### 2. 风味餐厅

这类餐厅通常突出某一地方、民族或国家的风味，可以分为中式餐厅和西式餐厅。中式餐厅是提供中式菜式、饮料和服务的餐厅，如上述分类中的特色餐厅。西式餐厅是向客人提供西式菜式、饮料及服务的餐厅，包括法国菜、俄国菜、意大利菜、墨西哥菜、日本菜和其他民族风味的菜。

#### 3. 主题餐厅

主题餐厅通过一系列围绕一个或多个历史或其他的主题为吸引标志，向顾客提供饮食所需的基本场所。它的最大特点是餐厅围绕主题来营造餐厅的经营气氛，餐厅内所有的产品、服务、色彩、造型以及活动都为主题服务，使主题成为顾客容易识别餐厅的特征和产生消费行为的刺激物。



### 知识拓展 1-1

#### 主题餐厅与特色餐厅之间的关系

主题餐厅一定是一个特色餐厅，主题餐厅的必备特质是特色，也就是说主题餐厅生存和发展的资本是“个性化”的特色，但是特色餐厅不一定是主题餐厅。在现实餐饮市场中，存在许多特色的餐厅，他们一般以特色的招牌菜而获得“特色”的地位。而主题餐厅除了要有特色鲜明的各类特色菜之外，还非常注重主题文化的深度开发，注重相应环境的营造，借助于环境突出其主题特色，也就是说与特色餐厅相比，主题餐厅更强调从菜式到环境的全范围的特色化和鲜明化。如著名的硬石餐厅，就是一家以摇滚为主题餐厅，把音乐与美国菜肴融为一体。四十多年前，有两个住在伦敦的美国人极思念家乡的美式食品，但当时的伦敦却没有任何一家正式的美式食品酒吧。最后他们决定在伦敦

的海德公园一角合资筹建一家酒吧。他们历尽艰辛，酒吧终于在1971年6月14日正式开业，这就是世界上第一家硬石酒吧。硬石酒吧声誉的获得在于它所提供的丰富、地道的美国菜及它所收集的世界著名乐坛明星的纪念品。北京硬石酒吧可以自豪地宣称是世界上纪念品最广泛，最丰富的收集者。酒吧正门上方的墙壁上悬挂着一辆名贵的1960年制造的老式凯迪拉克轿车。这件收藏品的外观呈亮丽的红色，尾翼上有特制的尾灯。酒吧另一别致的设计是大门口的钢琴键样的台阶。拾级而上至大门口，你会看到“钢琴键”铺向酒吧的走廊。收藏品包括著名的西洋音乐家所用过的吉他，穿过的衣服和他们的金唱片奖。每一件藏品都有真迹签名。

(资料来源:史俊.主题餐厅:文化搭台,百花齐放[OL].世界经理人网,http://www.ceonline.com/sales\_marketing/ma/2012-12-27/8800065786/01/.)

主题餐厅的创意是餐厅总体形象设计的决定因素,它是由功能需要和形象主题概念而决定的,如图1-3所示。餐饮功能区是餐厅中进行创意和艺术处理的重点区域,它的创意设计应体现建筑主题思想,并是室内设计延续和深化。设计题材和艺术创意的手法非常广泛,可取材于餐厅的经营内容、地区特色、时代风貌和整体环境等。



图1-3 民族民俗主题餐厅

### 1) 休闲功能为主题

其特点是轻松的、随意的。例如,酒吧对空间的要求不高,具有满足基本的服务柜台空间即可,小型表演空间以及使顾客间有一定的独立性和私密性空间。整体设计中注重光和色的设计要素,大多采用低照度暖色体系,形成一种国际性统一的设计格调,设计要素变化在局部光和色的处理上,主要营造一种亲切而欢乐的设计风格。



## 案例 1-2

### 到肯德基不只是吃饭

一个成熟的快餐企业,除了提供美味的食品外,还应向客人提供舒适的就餐环境和温馨的服务。肯德基、麦当劳的餐厅,从布局到灯光乃至洗手间等配套设施,事事替顾客想得周到,处处透着温馨的气息,让客人感受到的是轻松享受地用餐,甚至可以在餐厅

娱乐、做作业、谈生意。置身于肯德基或麦当劳的任何一家分店，你都能感觉到那种无处不在的怡然自得：看报纸的老爷爷和儿童天地里纵情自娱的小孙子，欢声笑语的女高中生和风尘仆仆的小推销员。他们能从善于烹饪的中国人手中攫取市场份额，依靠的不单单是标准化、美式食品本身的品质；他们所经营的还有色调明快的装潢、轻柔悦耳的音乐、窗明几净的店堂和文明体贴的服务。许多人来到这里不再是为了传统意义上的一顿饭，而是把它当成休闲放松的绝佳场所。

(资料来源：安凡所. 麦当劳PK肯德基 [M]. 深圳：海天出版社，2008.)

## 2) 风味饮食功能为主题

设计中主要把握风味的特色特点，如中式（包括川菜、湘菜、粤菜、鲁菜、闽菜等）、日式、韩式、西餐等，这些功能空间不仅要求饮食口味上有特色，更重在于体现空间环境设计，空间要求通道流畅、幽雅，具有私密性，服务空间大，设计风格要突出特色。

## 3) 社交和宴会功能为主题

以餐饮为形式，实际情感交流为目的，均具有一定的私密性，在设计中经常采用灵活隔断、移动隔板、帷幕等形式来进行空间分隔，以流通路线与展餐台之间的关系为设计重点，最终达到主次分明、服务设施完善，其空间分而不乱，合而不板的一种设计体现。

## 4) 民族民俗文化功能为主题

该主题的餐厅作为一种空间形态，它不仅满足着那个民族和地区餐饮活动的需要，而且还在长期的历史发展中，逐渐成为一种文化象征。不同的地区，不同的生活习惯，不同的民族风俗，不同的文化背景和审美情趣，其对设计的形式手法、装饰的符号、环境的色彩搭配都有一定的影响。以地方风情和民俗特色为主题，通过具有浓郁乡土气息、富有民族艺术特点的素材来烘托餐厅的环境气氛，使餐厅呈现新颖感、亲切感，让顾客有到家一样的感觉。

## 5) 时代风貌为主题

在餐厅的创意设计中，要考虑满足当代的餐饮文化活动和人们现代行为模式的需要，积极采用新的装饰概念和装饰技术手段，充分体现具有时代精神的价值观和审美观，还要充分考虑历史文化的延续和发展，因地制宜地采用有民族风格和地方特色的创意设计手法，做到时代感与历史文脉并重。例如，奥运会等重大赛事项目便能很好地反映时尚与精神风貌，如图1-4所示。



图 1-4 奥运主题餐厅

#### (四) 按餐厅功能分类

##### 1. 零点餐厅

零点餐厅是零点散客就餐的餐厅,其菜式品种较多,以供应日常的三餐饮食为主。零点餐厅又可分为正餐厅、茶市、小吃店、咖啡厅等。正餐厅经营午、晚餐饮食,菜点酒水品种多。消费层次偏中、高档。茶市经营早点或夜宵饮食,以供应中国特色的茶品、点心为主,也是人们聊天、休闲、待客的场所,在我国南方较为盛行。小吃店一般经营早餐饮食,但也有全天经营的,以面粉制品及风味小吃为主要品种,其消费层次偏中、低档。咖啡厅经营一日三餐,所供应的都是一些简单的西餐食品,如快餐、饮料、甜品等,它也是人们会客、交际的场所,其消费档次偏中、低档。

##### 2. 团队餐厅

接待团体客人预订就餐的餐厅,且有若干不同的消费标准可供选择。包餐厅包括普通包餐厅和宴会厅。普通包餐厅以接待会议客人、旅游团体客人为主,提供日常的三餐饮食,也接待其他社会团体组织的一般聚餐活动;宴会厅接待有一定目的的消费层次和礼仪要求较高的聚餐活动,提供配套的筵席菜式品种,其食品制作讲究,环境美观舒适,服务殷勤周到。

##### 3. 宴会餐厅

主要是用来接待外国来宾或国家大型庆典、高级别的大型团体会议以及宴请接待贵宾之用。这类餐厅按照国际礼仪,要求空间通透,餐座、服务通道宽阔,设有大型的表演和演讲舞台。一些高级别的小团体贵宾用餐要求空间相对独立、不受干扰、配套功能齐全,甚至还设有接待区、会谈区、文化区、娱乐区、康体区、就餐区、独立备餐间、厨房、独立卫生间、衣帽间和休息卧室等功能空间。

##### 4. 多功能餐厅

多功能餐厅既能根据客人的需要而变化,又能作多种用途的厅堂,它既可接待零点,也可供应包餐,还可作会议厅、展览用厅,许多多功能厅都有活动性隔板,可将厅堂按所需面积自由分合,做到一厅多用。

##### 5. 快餐餐厅

由于目前经济生活节奏加快,许多人不愿意在平时的饮食上花太多的时间,快餐餐厅可满足这部分客人的需要。快餐餐厅的内部装潢清洁而明快,所提供的食品都是事先准备好的,以保证能向客人迅速提供所需的食品。同时,质量稳定、清洁卫生、价格低廉以及分量充足。这类餐厅有中式的,也有西式的,比如麦当劳、肯德基的汽车穿梭餐厅等就是典型代表。

#### (五) 按服务的对象分类

##### 1. 商业型餐厅

这类餐厅通常赢利目的性较强,其服务对象流动性较大,如酒店、饭店中的餐饮、餐饮与娱乐综合经营等。

##### 2. 非商业型餐厅

这类餐厅通常是企事业单位餐厅。赢利目的性不强,其服务对象是固定的,如学校、医院、部队的餐厅等。

## (六) 按经营的组织形式分类

### 1. 独立经营的餐厅

指独立核算，有经营自主权，有自己的注册资本，具有法人资格的餐厅。我国绝大多数餐厅属于独立经营的餐厅。

### 2. 依附经营的餐厅

这类餐厅是指饭店餐饮部系统的餐厅，它从属于饭店，没有自己的注册资本，不具备法人资格。

总之，按照餐厅划分的依据不同，有很多形式的餐厅及其名称，另外也有许多餐厅按照用餐的时间，分为早餐餐厅，正餐餐厅，夜消厅等；按照空间规模划分的有小型餐厅，中型餐厅以及大型餐厅等。

## 工作任务2 餐厅环境

餐厅环境是指就餐者在餐厅用餐时所处的周边境况。从专业角度看，这些境况包括餐厅的面积、空间、档次、风格、光线与色调、温度、湿度、声音等方面。就餐者到餐厅就餐，在享受美味佳肴和优良服务的同时，还可从周围的环境获得愉悦的感受。因此，搞好服务管理的第一步，就是向就餐者提供一个舒适、美好的就餐环境。

### (一) 影响餐饮服务环境的因素

#### 1. 餐厅的市场定位

不同的顾客对就餐环境的要求是不一样的。餐厅首先应该了解自己的顾客，根据他们的要求来布置餐厅，确定环境的基调和主题。

#### 2. 营业场所的建筑结构

餐厅等营业所在建筑结构方面有各种形状，布置安排时必须因地制宜。服务设施的安排、服务路线的设计都要考虑到与现有的建筑结构相协调。

#### 3. 餐厅所提供的服务类型

不同的服务方式对环境布置、安排的要求是不一样的。例如，中餐和西餐对装潢、气氛以及家具、餐具都有不同的要求。又如，不同的服务方式如美式服务、法式服务、俄式服务等，其餐厅布置和餐具选择都各不相同。



### 案例 1-3

#### 败走麦城的“荣华鸡”

从形象设计上，“荣华鸡”坚持“五个统一”，即门面标志统一，烹调配方加工统一，工作服饰、服务统一，管理统一，宣传口径统一。“荣华鸡”对其产品的描述是“色泽金黄，皮脆脱骨，肉嫩鲜滑，香味浓郁”，并以“荣华鸡，香喷喷”作为一种促销用语；在

食品的配套上是“灵活多样”；在销售上是“价格低廉”。从管理和服务的角度看，“荣华鸡”之所以能在激烈的市场竞争中取得明显的优势，脱颖而出，独领风骚，是因为“荣华鸡快餐公司制定了一整套能符合当今饮食快餐规律和潮流的管理经营制度和办法”。在对外宣传上，“荣华鸡”喊出了“荣我中华”的口号，并声称“和洋快餐叫板”“洋快餐走到哪儿我就开到哪儿”。于是，一些媒体便以“洋鸡土鸡大战”为题，宣传“荣华鸡创出了一条弘扬国货，敢与洋货比高低，敢于选择世界上快餐业的佼佼者——美国肯德基作为竞争对手，体现了中国人不甘落后，勇于进取的气魄和勇气”，“因而引起了国内外快餐同行的瞩目”。利用振兴民族经济等一些噱头，确实使不少中式快餐店一夜扬名。但在当今全球经济一体化的情况下，更需要一种科学的精神以及踏踏实实地做好细节工作的态度。但人们只看到了一些“口号性”的东西，而看不到任何值得称道的细节。

(资料来源：汪中求. 细节决定成败 [M]. 北京：新华出版社，2004.)

#### 4. 餐厅的档次和规格

尽管餐厅的档次和规格由很多因素决定，但经营者应认清自己在市场上的位置，谨慎地选择目标市场，如从消费水平看，是吸引一般消费者还是中等水平消费者或是高水平消费者。有了这样一个目标，将有利于投资决策，也就从某种程度上决定了餐厅的布置与安排。

#### 5. 餐厅所处的地点和位置的影响

不同类型的餐饮机构对位置的选择是不一样的，布置与安排也不相同。例如，许多餐厅对地址的选择尤为慎重，通常会经过大量的调研论证。即便是在饭店内部，各餐厅的位置也比较讲究，如饭店的咖啡厅通常要靠近大厅，一般用自然采光，在布置上要求简洁、明快、色彩活泼，餐具简单实用、家具轻巧。



### 案例 1-4

#### 肯德基餐厅的选址

肯德基在进入某个城市之前要做的第一件事就是通过有关部门或专业调查公司收集这个地区的资料。然后，根据这些资料开始划分商业圈。商业圈规划采取的是计分的方法，例如，这个地区有一个大型商场，商场营业额在 1000 万元算 1 分，5000 万元算 5 分，有一条公交线路加多少分，有一条地铁线路加多少分。通过打分，把商业圈划分成好几大类，在商业圈的选择上，既要考虑餐馆自身的市场定位，也要考虑商业圈的稳定性和成熟度。肯德基的原则是一定要等到商业圈成熟稳定后才进入。确定商业圈之后，还要考察这个商业圈内最主要的聚客点在哪里。如北京的西单是个成熟的商业圈，但不可能西单任何位置都是聚客点。肯德基的目标是力争在最聚客的地方开店。在这个区域内，人的流动线是怎么样的，人从地铁出来后是往哪个方向走等，都要派人去掐表测量，然后将采集来的数据输入专用的计算机软件，就可以测算出能否在此开店，投资额最多不能超过多少。

(资料来源：安凡所. 麦当劳 PK 肯德基 [M]. 深圳：海天出版社，2008.)